

МАРКЕТИНГ. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

УДК 027.7:024

Освещен опыт проведения библиотекой вуза изучения пользователей, приводится анализ результатов, отмечаются корректирующие действия библиотеки.

Ключевые слова: библиотеки вузов, научно-исследовательская работа, анкетирование пользователей, социальная ответственность, стейкхолдеры, библиотечно-информационное обслуживание, пользователи, УрФУ.

Г.С. Щербинина, И.Г. Воронская
ЗНБ УрФУ, Екатеринбург

Внешние стейкхолдеры: анализ работы университетской библиотеки¹

В настоящее время философия социальной ответственности является основанием деятельности многих организаций, в том числе и вузов. Социальная ответственность – явление, достаточно новое в нашей стране. В широком понимании оно означает влияние результатов деятельности (или бездействия) любой организации на общество. Определение, приведенное в ГОСТ Р ИСО 26000–2012, уточняет сферы влияния организации, а именно: «Социальная ответственность (social responsibility) – ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества, учитывает ожидания заинтересованных сторон, соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения и интегрировано в деятельность всей организации и применяется в ее взаимоотношениях»².

Заинтересованной стороной (stakeholder, стейкхолдер) является либо одно лицо, либо группа лиц, которые хотели бы видеть результаты деятельности и решений данной организации, влияющие на них определенным образом. Обычно у организации выделяется несколько групп заинтересованных сторон, или стейкхолдеров. Таким образом, любые организации, в том числе и учебные заведения, а также их структурные подразделения (библиотеки), должны осознавать свою ответственность перед заинтересованными сторонами, а для повышения результативности собственной деятельности выделять их из своего внешнего и внутреннего окружения и «точечно» воздействовать на них.

Для вуза в целом стейкхолдерами будут являться государство, бизнес-сообщество, внешние партнеры, общество, клиенты и сотрудники (рис. 1). Степень их влияния на организацию позволяет выделить среди них тех, кто имеет сильное влияние, например, такое, что организация при этом обязана учитывать их интересы в стратегии своего развития.

¹ Статья включает результаты исследования ЗНБ УрФУ в рамках темы НИР № 2770 «Изучение восприятия пользователями библиотечно-информационного сервиса».

² URL: <http://media.rspu.ru/document/1/6/4/64150d953949a8b84b2e0c315e8e4318.pdf>.

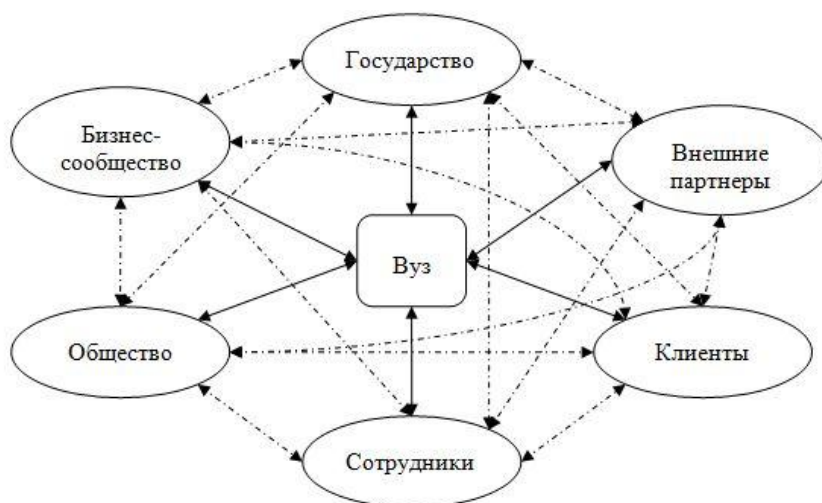


Рис. 1. Стейкхолдеры вуза¹

В миссии Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (УрФУ) сказано об обеспечении реиндустриализации, формировании человеческого и научно-технического потенциала, сбалансированного обновления традиционных и развития постиндустриальных отраслей экономики Уральского федерального округа. В этом заключается заявленная вузом ответственность перед его стейкхолдерами. Ответственность же библиотеки перед университетом и обществом заключается в информационном обеспечении направлений деятельности вуза. Указанный перечень стейкхолдеров можно отнести и к заинтересованным сторонам Зональной научной библиотеки (ЗНБ) УрФУ. Например, библиотека не может игнорировать политику развития вуза, его миссию, т.е. важнейшие моменты, изложенные в стратегических вузовских документах, распоряжения руководства, требования нормативно-правовых актов, интересы пользователей и пр.

Работа по формированию комплекса ресурсов и предоставлению информации, заключенной в них, пользователям в соответствии с их запросами является важной миссией библиотеки. Кроме того, для библиотеки важно также формирование у пользователей умений ориентироваться в информационных массивах, извлекать из них качественную информацию, преобразовывать ее, и, главное, уметь это делать на протяжении всей жизни. В связи с этим можно заключить, что, во-первых, социальная ответственность библиотеки тесно связана с выполняемыми ею функциями, во-вторых, библиотека все время должна изучать своих стейкхолдеров и корректировать собственные действия в соответствии с полученным результатом.

Исходя из этого тезиса, для изучения пользователей в 2012–2013 гг. ЗНБ УрФУ было проведено два этапа социологического исследования методом опроса (анкетирования) по теме «Изучение восприятия пользователями библиотечно-информационного сервиса», целью которого являлось

¹ Цит. по: Гресько А.А., Рахманова М.С., Солодухин К.С. Отношенческий подход и стейкхолдерская концепция как теоретические основы разработки новых методов стратегического управления вузом // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 4. URL: www.science-education.ru/104-6846.

выявление отношения пользователей к библиотечно-информационному сервису. Анкетирование всегда проводилось в конце апреля – мае, т.е. примерно в течение месяца. Содержание анкеты было согласовано с профессором кафедры социологии и социальных технологий управления УрФУ, доктором философских наук Ю.Р. Вишневым. Анкеты распространялись в читальных залах, информационных центрах и на абонементах, были размещены в электронном виде на сайте ЗНБ УрФУ. Основным отличием в организации данных этапов исследования стал тот факт, что анкетирование 2013 г. проводилось на всех площадках УрФУ, в нем участвовало большее число структурных подразделений университета. Важным с точки зрения организации было также то, что распоряжением директора ЗНБ были назначены ответственные за проведение исследования на разных площадках библиотеки.

Организаторы исследования посчитали целесообразным изучение всех имеющих в вузе групп (категорий) пользователей, для чего применялась их случайная выборка. В течение двух лет в исследовании приняло участие более 800 человек, относящихся к разным категориям пользователей, каждый год примерно по 400 человек (студенты очной и заочной форм обучения, магистранты, аспиранты и преподаватели). На наш взгляд, данная выборка репрезентативна, поскольку она составляет примерно 1 % от общего числа студентов и работников вуза. Стоит также отметить, что два года подряд в составе респондентов по понятным причинам преобладали студенты очной формы обучения. Кроме этого, отметим, что в 2013 г. увеличилась категория аспирантов и магистрантов, а по сравнению с прошлым годом уменьшилось количество студентов 5–6 курсов, так как в вузе сократилось число учащихся по программам специалитета.

В 2013 г. было напечатано в вузовской типографии, выдано пользователям и сдано ими 400 анкет, из них 22 анкеты оказались заполненными некорректно, поэтому участвовать в анализе не могли. Кроме того, были заполнены 23 анкеты онлайн. Таким образом, к анализу была представлена 401 анкета, что составило 100 %.

Для анкеты было сформировано несколько групп вопросов, которые непосредственно связаны с задачами исследования. Предполагалось изучить такие аспекты, как информированность пользователей о ЗНБ, ее услугах и сервисах, выявить их отношение к библиотеке, к данным услугам и сервисам, а также определить степень комфортности и уровень доступности их предоставления.

Остановимся на рассмотрении каждой группы вопросов и ответов респондентов, а также промежуточных выводах подробнее.

Информированность пользователей о ЗНБ, ее услугах и сервисах: предлагались такие источники знания об услугах и сервисах библиотеки, как памятка первокурснику, курс «Основы информационно-библиографической культуры», читаемый сотрудниками ЗНБ, сайт вуза, другие источники. Ответы отразили сложившуюся ситуацию в университете: курс по объективным причинам в прошлом году не читался, поэтому в 2013 г. его отметили в качестве источника информации 20 % респондентов в отличие от 26 % в 2012 г.,

но значительно повысился статус других источников. И это закономерно, так как в 2013 г. библиотека приложила немало усилий, чтобы практически каждый номер корпоративной газеты «Уральский федеральный», который респонденты отметили в качестве другого источника информации, выходил с заметкой или статьей сотрудников о ресурсах и сервисах библиотеки. Думается, этот опыт библиотеки следует считать положительным, и на будущее следует составлять план работы над заметками и статьями в университетскую газету работникам всех структурных подразделений библиотеки.

Стоит также отметить, что студенты первых курсов в большинстве своем узнают о библиотеке из памятки первокурснику (она, кстати, переиздается в вузе ежегодно, и библиотеке уделяется в ней достаточно места), что свидетельствует о важности данного источника информации для студентов, обучающихся в высшем учебном заведении недавно и не знакомых со всеми его структурами и возможностями. Студенты старших курсов, магистранты и аспиранты узнают о библиотеке и ее услугах преимущественно из читаемого библиотекой курса и проводимых ею семинаров и тренингов по использованию ресурсов.

Сайт ЗНБ тоже выступает в качестве средства информирования пользователей, на котором размещено много информации о деятельности ЗНБ, ее услугах и мероприятиях. В ходе исследования выяснилось, что в 2013 г. студенты младших курсов стали намного активнее посещать сайт библиотеки, это связано, в первую очередь, с введением в оборот новых читательских билетов со штриховым кодом для удаленного доступа ко многим информационным ресурсам и сервисам. Помимо этого, в 2013 г. и все остальные категории пользователей посещали сайт значительно чаще, наверное, потому что он приобрел более четкую структуру, стал информативнее (работа в этом направлении библиотекой велась), превратился в единое окно доступа ко всем библиотечным сервисам и услугам, а эта важная тенденция развития контента сайтов современных библиотек подтверждается опытом и других библиотек¹.

Кстати, среди других источников информации для респондентов можно отметить и такие, как мнение преподавателей (31 %), коллег (23 %), родителей (13 %), которые прежде учились в университете, старост учебных групп (9 %).

Таким образом, можно заключить, что каждый из указанных источников при информировании пользователей важен, их нельзя проигнорировать или заменить, так как они рассчитаны на использование разных услуг, на разные технологии восприятия информации, порой ориентированы на разные категории пользователей. Скорее всего, именно поэтому 77 % опрошенных респондентов в 2012 г. и 75 % в 2013 г. считают, что предоставленной информации об услугах и сервисах библиотеки им было достаточно.

Знание и использование перечня услуг библиотеки. При исследовании обращалось внимание на такие услуги, как выдача документов во временное

¹ Опыт Научной библиотеки ПНИПУ см. в статье М.В. Шардаковой в данном выпуске сборника «Библиотеки вузов Урала».

пользование, продление срока пользования документами, услуги читальных залов, поиск в электронном каталоге. Отметим, что в 2013 г. наблюдается возрастание числа использования основных услуг библиотеки и знания о них, что, несомненно, тоже является результатом проделанной библиотекой работы по информированию пользователей: например, респонденты использовали услуги выдачи документов во временное пользование и продления срока их пользования с 19 % в 2012 г. до 20 % в 2013 г.

Стоит также отметить, что услуга пользования электронными ресурсами ЗНБ в 2013 г. стала популярнее: на этот вопрос большее число респондентов ответило удовлетворительно и подробно, причем, для библиотеки примечателен даже сам этот факт (рис. 2, отражающий также информацию о том, планируют ли в будущем респонденты пользоваться ресурсами и какими именно из них). Самым используемым ресурсом, по мнению пользователей, является eLIBRARY.RU, часто обращаются к Scopus, ресурсам издательства Elsevier, чуть менее популярными являются Рубрикон и базы данных «РЖ ВИНТИ». Следует отметить увеличение в 2013 г. процента использования ресурсов EBSCO и Springer. Если в 2012 г. в основном к электронным ресурсам библиотеки обращались преподаватели, аспиранты и магистранты, а реже всего – студенты двух первых курсов и студенты заочной формы обучения, то в 2013 г. ситуация изменилась. Студенты младших курсов стали активнее использовать электронные ресурсы ЗНБ, скорее всего, на это повлияло введение в оборот читательских билетов нового образца (оказывается, насколько это было важно сделать!). Но, например, использование такого важного для обучаемых и обучающих ресурса, как электронные библиотечные системы, недостаточно удовлетворительное. А это означает, что со стороны библиотеки следует уделить большее внимание раскрытию их содержания и обеспечению доступа к нему пользователей.

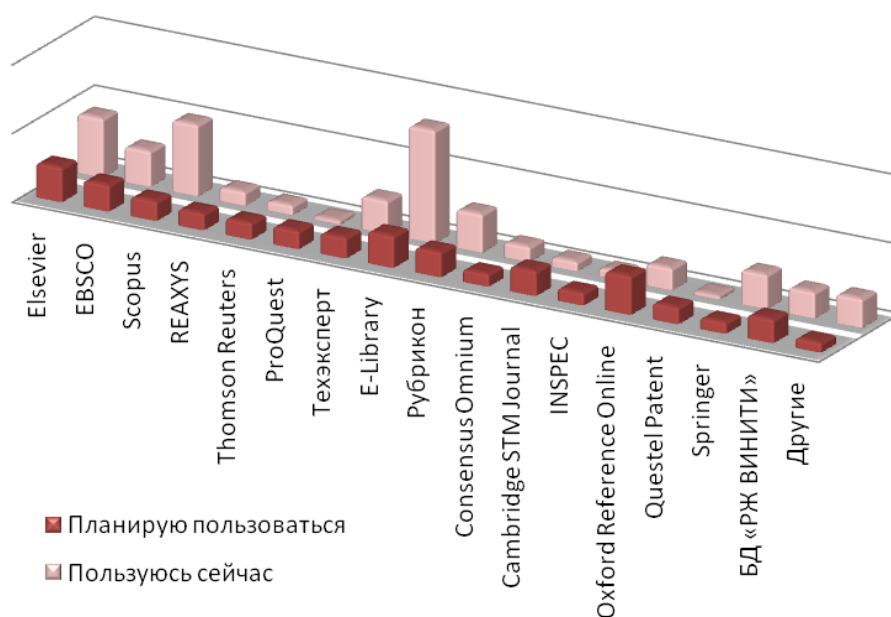


Рис. 2. Использование электронных ресурсов библиотеки (2013 г.)

Можно заметить, что существует некая зависимость между знанием о перечне услуг и их использованием. Видимо, пользователи отмечали те услуги, которыми они уже пользовались хотя бы один раз. Причем, каждая категория пользователей отметила для себя услуги, необходимые конкретно ей. Например, услугами читальных залов, в основном, пользуются преподаватели, аспиранты и магистранты, поскольку им необходимы преимущественно специализированные издания, которые имеются в библиотеке лишь в читальном зале, а также периодические издания и электронные ресурсы по профилю их деятельности. Выдача документов на дом через абонементы и продление срока пользования документами – услуги, которые традиционно пользуются популярностью у студентов заочной формы обучения и студентов младших курсов.

Хотелось бы обратить внимание на тот факт, что по сравнению с прошлым годом в 2013 г. изменился набор дополнительных услуг (рис. 3), который пользователи хотят видеть в библиотеке. Если в 2012 г. пользователи ратовали за такие услуги, как установка копировальной техники в читальных залах и на абонементах, подключение ЗНБ к Wi-Fi, то в 2013 г. кроме обозначенных пользователи указали на необходимость и других услуг. К примеру, их интересовали компьютерные залы в библиотеке, ориентированные на работу пользователей, наличие в фонде документов в электронном формате, организация виртуального обслуживания. Следует отметить, что библиотека многое делает для расширения спектра современных услуг, предоставляемых пользователям, и многие из перечисленных услуг в библиотеке (и в вузе) или уже имеются или к ним библиотека готовится, так как их ввод в активную фазу требует тщательной проработки. В полной мере это можно отнести и к автоматизации процесса информационного обслуживания, пилотные проекты которого были проведены библиотекой на базе отдельных отделов в течение последних двух лет.



Рис. 3. Услуги библиотеки, необходимые по мнению пользователей (2013 г.)

Большинство пользователей отметили, что им чаще всего удается найти нужную информацию в библиотеке. Это связано, прежде всего, с расширением спектра услуг и сервисов: например, подписка на две электронные библиотечные системы, удаленный заказ документов из библиотечного фонда на сайте прямо из электронного каталога (сервис тоже организован на основе пилотного проекта), который в то же время может переадресовать пользователя при отрицательном результате поиска в ЭК библиотеки на службу межбиблиотечного абонементов, on-line заказ статей из периодических изданий МАРС АРБИКОН, организация виртуальной справочной службы, размещенной на сайте ЗНБ и т.п.

Кроме того, с июня 2013 г. библиотека ведет страницу в социальной сети «ВКонтакте» «Доступная наука». К концу года она насчитывает уже ок. 100 подписчиков. Таким образом, ЗНБ УрФУ увеличивает свое присутствие в виртуальной среде, и это является ответом библиотеки на запросы пользователей, ее корректирующими действиями на результаты данного исследования.

Отношение пользователей к библиотеке, ее услугам и сервисам. Подавляющее большинство пользователей отметили, что им комфортно находиться в помещениях библиотеки, нравится, как их обслуживают. Но пользователи хотели бы видеть изменения в интерьере библиотеки. В 2012 г. 48 % респондентов выразили желание, чтобы в библиотеке появилась более комфортная мебель, диваны и мягкие кресла, кулеры с водой. 25 % респондентов предлагали библиотеке сделать в помещениях ремонт и добавить яркости в ее оформление, 12 % из них предлагали зонировать библиотечное пространство, т.е. создать зоны для работы, отдыха и общения. В 2013 г. мнение пользователей по этому поводу практически не изменилось, пользователи добавили лишь необходимость размещения в библиотеке кондиционеров.

К сожалению, общая финансово-экономическая ситуация в стране и вузе такова, что на реконструкцию библиотеки и на мягкие диваны пока средств библиотеке руководством не выделено. Выделять «тихие» и «громкие» зоны в библиотеке – тенденция хотя и не новая, но очень привлекательная¹. Реализовать эти мечты без существенных финансовых вливаний довольно сложно, но, тем не менее, библиотека определенные усилия в этом направлении делает. Например, усилия направлены на обеспечение в двух читальных залах открытого доступа к подсобным фондам (все готово к началу ввода их в обслуживание с начала 2014 г.), на оборудование и открытие на двух основных площадках библиотеки читального зала Президентской библиотеки.

Что особенно отрадно, результаты второго этапа исследования показывают, что изменилось соотношение количественных данных посещения библиотеки: пользователи стали посещать библиотеку чаще. Например, если в 2012 г. 38 % опрошенных посещали ЗНБ 1–5 раз в год, то в 2013 г. это число составило только 35 %, но увеличилось число тех, кто посещает библиотеку свыше 10 раз (с 32 % в 2012 г. до 40 % в 2013 г.). Это, несомненно, радует и

¹ Опыт Научной библиотеки ПГНИУ см. в статье Н.А. Петровой в данном выпуске сборника «Библиотеки вузов Урала».

связано с тем, что библиотека прилагает немалые PR-усилий для привлечения пользователей. Стоит отметить, что увеличение показателя посещений произошло также и за счет студентов младших курсов: если в 2012 г. свыше 10 раз библиотеку посещали всего 13 % таких студентов, то в 2013 г. это число резко возросло до 36 %. Тенденция эта, кстати, касается и студентов старших курсов (с 25 % в 2012 г. до 35 % в 2013 г.). Стабильными остались цифры посещений аспирантами и магистрантами.

К сожалению, количество посещений библиотеки преподавателями не представляет такой оптимистичной картины: этот показатель в 2013 г. снизился и составил всего 68 % против 83 % в 2012 г., т.е. за год снизился на 15 %. Возникает вопрос, с чем это связано? Конечно, библиотека проводит специально для преподавателей ряд информационных мероприятий, но, видимо, работе в данном направлении и анализу этого показателя следует уделить в дальнейшем больше внимания.

Стабильными остаются числовые значения такого показателя, как знание респондентами правил пользования и режима работы библиотеки. Более 350 человек и в 2012, и в 2013 г., т.е. подавляющее большинство респондентов, отметили, что знакомы с правилами пользования библиотекой, и более 300 из них в том и другом году отметили, что знакомы с графиком работы ЗНБ. Такие результаты говорят о хорошем уровне информированности студентов и преподавателей университета, о той работе, которую ведут сотрудники библиотеки.

В заключение опроса пользователей просили оценить деятельность библиотеки по 10-балльной шкале. В результате выяснилось, что довольно высокие оценки получили показатели, относящиеся к обслуживанию пользователей, – компетентность сотрудников, оперативность обслуживания и точность выполнения запроса (рис. 4). Кроме того, по итогам исследования более 95 % респондентов по пятибалльной шкале оценили услуги ЗНБ на «хорошо» и «отлично», что можно в целом считать неплохим результатом работы библиотеки.

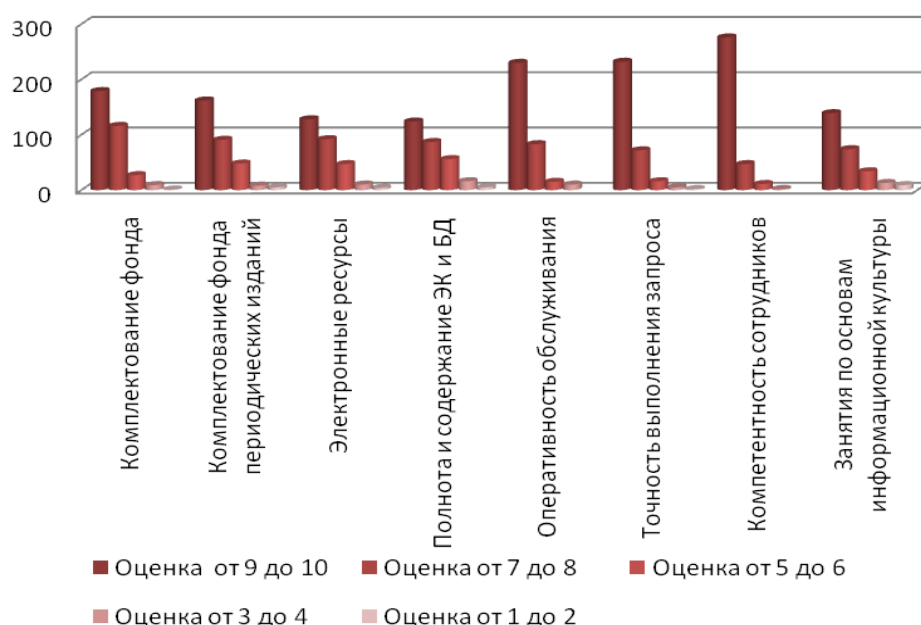


Рис. 4. Оценка деятельности библиотеки в 2013 г.

Как уже отмечалось выше, изучение потребностей заинтересованных сторон, тем более основных стейкхолдеров, необходимо для стратегического развития и планирования деятельности библиотеки, чтобы можно было своевременно иметь возможность предпринять определенные предупреждающие и корректирующие действия (рис. 5).

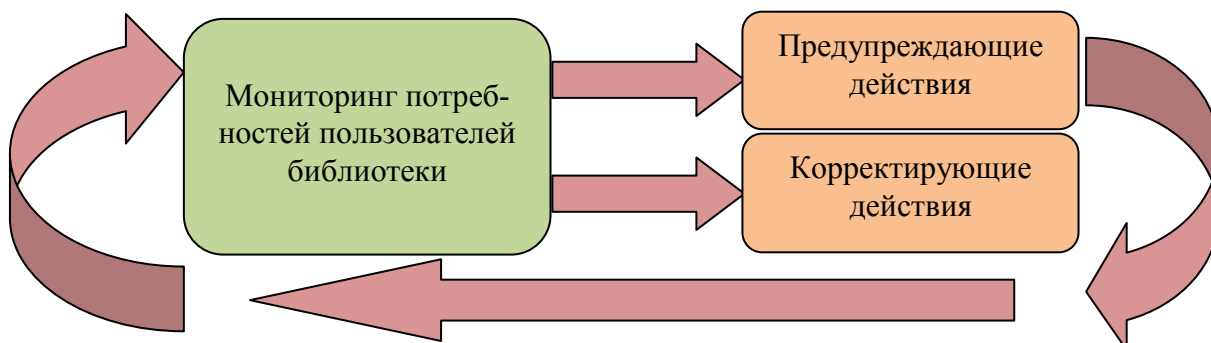


Рис. 5. Цикл изучения потребностей пользователей

Исходя из принципа СМК – ориентация на потребителя, – необходимо постоянно проводить мониторинг потребительской среды, поэтому данное исследование будет продолжено для создания целостной картины ожиданий и потребностей пользователей, а также для совершенствования процессов, связанных с их обслуживанием.

Наличие обратной связи с пользователями обязательно для любой клиентоориентированной организации, которой является и библиотека, поэтому изучение пользовательских потребностей и ожиданий всегда было одним из приоритетных направлений деятельности библиотек. В последнее время в условиях внедрения в их работу систем менеджмента качества и социальной ответственности, других направлений менеджмента и маркетинга, становится предельно ясно, что современный пользователь является одной из важнейших заинтересованных сторон и оказывает влияние на развитие библиотек в стратегическом плане. Исходя из этого, заключаем, что для того чтобы библиотекам создать собственную базу лояльных пользователей, быть для них привлекательной средой обитания, необходимо постоянно поддерживать обратную связь, чтобы быть в курсе их ожиданий и приоритетов.